

Hoy se han presentado en FITUR las bases de Madrid Turismo by IFEMA, que contará con una inversión de 36 millones de euros

Díaz Ayuso presenta la creación de una plataforma única para la promoción turística en el extranjero con Ayuntamiento de Madrid e IFEMA

- “Es un paso más para convertir Madrid en el referente de la Hispanidad en Europa y en todo el mundo”, ha señalado la presidenta
- Feria de Madrid ejecutará acciones turísticas acordadas entre ambas administraciones y con el asesoramiento del sector
- La Comunidad de Madrid invertirá 30 millones a tres años mientras que el Ayuntamiento de la capital destinará 6 millones
- El acuerdo mejorará la eficiencia en la gestión estratégica del turismo y es una reivindicación histórica del sector, que clamaba una acción conjunta

20 de enero de 2022.- La presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, ha presentado hoy la creación de Madrid Turismo by IFEMA, una plataforma única de colaboración con el Ayuntamiento de Madrid, en estrecha coordinación con IFEMA, para impulsar la promoción turística de la capital y la región en el extranjero.

El anuncio ha tenido lugar hoy en el marco de la celebración de la Feria Internacional de Turismo (Fitur) con el alcalde de Madrid, José Luis Martínez Almeida, y el presidente del Comité Ejecutivo de IFEMA, José Vicente de los Mozos. Supone concentrar en los próximos tres años una inversión de 36 millones de euros y poner en marcha acciones conjuntas que mejoren la eficiencia e impacto en mercados emisores de largo radio.

“Hoy presentamos el proyecto más ambicioso para el turismo de esta región de la última década. Madrid Turismo by IFEMA es una organización pionera en la que hemos trabajado conjuntamente para dar el impulso definitivo que necesita el turismo en nuestra región y lo hacemos, además, de una mano excepcional, la de Ifema, que es un gran socio”, ha señalado la presidenta, quien ha añadido que este organismo es “un paso más para convertir Madrid en el referente de la Hispanidad en Europa y en todo el mundo”.

El acuerdo supone que la Comunidad de Madrid se compromete a invertir 30 millones en los próximos tres años, a razón de diez millones anuales, mientras que el Ayuntamiento de Madrid invertirá seis millones en la operación, es decir, dos millones al año.

Por su parte, IFEMA pondrá a disposición de esta nueva herramienta toda la experiencia y capacidad de sus equipos, ejecutando las acciones turísticas acordadas entre ambas administraciones y contando con el asesoramiento del sector turístico madrileño, que estará representado en una Mesa de Expertos del Turismo de Madrid.

PETICIÓN HISTÓRICA DEL SECTOR

Con esta iniciativa, se pone en marcha un proyecto que resuelve una petición histórica de la industria turística de la región, que solicitaba acciones conjuntas, y que debe aportar mayor eficiencia en la gestión y planificación estratégica, así como en la optimización de los recursos públicos.

“Es una demanda histórica del sector turístico que nos pedía trabajar como un solo cuerpo con el resto de los agentes involucrados, como son asociaciones, grupos hosteleros, agencias, aerolíneas u hoteles”, ha indicado Díaz Ayuso, quien ha insistido en que “hay que aprovechar la oportunidad” porque “vamos muy bien y el futuro ahora no puede ser más prometedor”. “Lo mejor está por venir”, ha apostillado.

En la actualidad, los mercados lejanos –no europeos- representan el 18,7% del negocio turístico, mientras que los visitantes procedentes de Europa y del resto de España son un 30% y un 51,3% del mercado.

La presidenta ha detallado que las estimaciones del Gobierno autonómico dicen que, si somos capaces de aumentar un 20% la llegada de turistas procedentes de Asia y América, el gasto del turista internacional en la región aumentará un 40%. La Comunidad de Madrid en su conjunto registra un gasto medio diario por visitante internacional de 247 euros, el más elevado de España, situándose la media nacional en los 142 euros al día.

El objetivo de la promoción turística de Madrid ciudad y el conjunto de la región en los mercados internacionales lejanos es mejorar los niveles de captación de los turistas procedentes de esos países, todos ellos caracterizados por una elevada capacidad de gasto en sus viajes.

En la coyuntura actual, y de acuerdo con los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística, mientras el mercado nacional desde octubre experimenta una recuperación casi total de las cifras pre pandemia, el mercado internacional se ha recuperado al 56% respecto a datos de noviembre de 2019.



Medios de Comunicación

Dirección General de Medios de Comunicación - Puerta del Sol, 7. - 28013 Madrid - 91 580 20 70

comunicacion@madrid.org - www.comunidad.madrid  facebook.com/comunidadmadrid  twitter.com/comunidadmadrid